



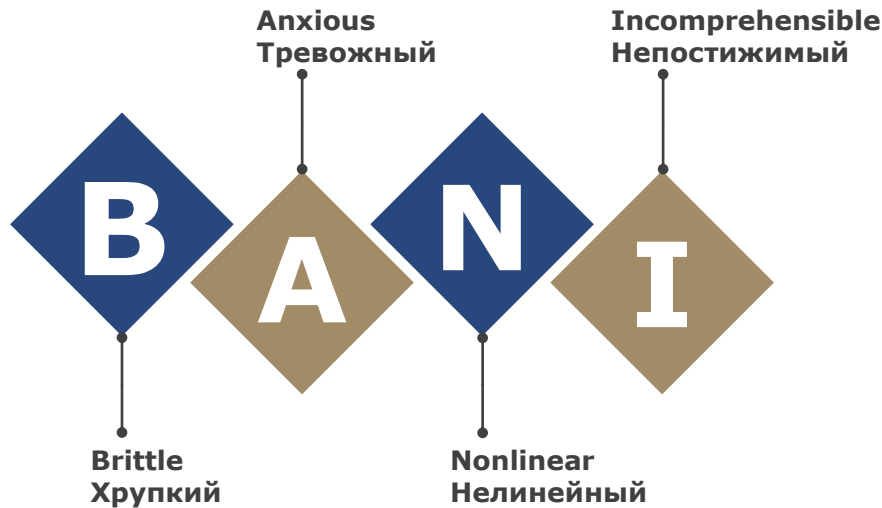
# «Индустрия упаковки 2023: Вызовы, проблемы и возможности в новых условиях»

Москва 2023



## Инверсия стимулов роста экономики

### Мир BANI



Мир сегодня - это не мир завтра

### «Старые» стимулы

«Старые» стимулы - исчерпывают свой потенциал:

- **Бюджетное стимулирование** обеспечивало рост потребления через предоставление социальных выплат. Потенциал индексации выплат до 2026 года – 10–15%.
- **Новое строительство.** Увеличение вложений в инфраструктурные проекты, автодороги, в социальные объекты был огромен. Сейчас строительная сфера на пределе роста.
- **Гособоронзаказ.** Гособоронзаказ на 2022 год в России вырос на 600-700 млрд. рублей. Дальнейший рост крайне затруднен.

### «Новые» стимулы

Основными драйверами станут:

- **Инвестиции в основной капитал** для поддержания импортозамещения и промышленного суверенитета.
- **Экспорт продовольствия** – выбор новых направлений для расширения рынков сбыта.
- **Потребительский спрос** будет возрастать за счет роста зарплат, социальных выплат и отложенного спроса.

## На барометре: «высокое давление, но с прояснением»



**Рынок упаковки в 2022 году вырос на 5%**

### Проблемы и возможности рынка:

#### Потребители упаковки

- Уход крупных западных брендов создал условия для роста локальных производителей товаров.

#### Внутренний рынок

- Структура спроса на упаковку меняется вслед за уходом из России зарубежных упаковщиков.
- Рост спроса на упаковку требует новых упаковочных решений с выверенным сочетанием функций.

#### Технологии и материалы

- Проблемы с поставками оборудования, оснастки, запчастей и материалов остаются, но решаются.

На основании сложившейся положительной динамики роста экономики в 2023 году ожидается дальнейший рост производства во всех сегментах упаковочного рынка не меньше, чем в 2022 году. Санкции, локализация и ресурсные ограничения, формируют запрос на перестройку упаковочной индустрии

## Между западом и востоком

### Вызовы и проблемы

- В 2022 году **521** иностранная компания ушла из России, **505** приостановили деятельность. Они вывели за год около **36 млрд.** долларов.
- Уход зарубежных компаний - потребителей упаковки сузил ассортимент, снизил количество брендов, рекламные бюджеты сократились.
- Санкции меняют технологические возможности.
- Меняется деловая культура вслед за выходом с рынка западных компаний.
- Меняются ценности и устремления собственников.
- Рынок заполняют азиатские товары и технологии.

### Возможности

- С уходом зарубежных компаний появляются новые лидеры, продвигающие новые бренды. Намечился рост количества и ассортимента локальных брендов и СТМ.
- У новых игроков возникает возможность расширить ассортимент, повысить объемы продаж, выйти на экспорт;

**Новая парадигма для отечественного производителя - уникальная возможность расширить ассортимент, создавать новые продукты и занять новые позиции в сердцах покупателей**

## В 2022 году на российском FMCG рынке появилось 10 460 брендов



- До 2022 года западные компании, работающие в России, при создании эффективных упаковочных решений использовали западные бренды, основанные на идентичности культур.
- Ведущие российские компании копировали западный опыт в строительстве брендов, ориентируясь на западную экосистему.
- Потребность в замещении западных брендов создала необходимость в российской экосистеме, включающей в себя создание бренда и эффективной упаковки.
- Перед российскими упаковщиками встала задача: создавать упаковку, которая обеспечит продвижение бренда и операционную эффективность клиента.

**Готовы ли российские упаковочная индустрия ответить на этот запрос? Есть ли необходимые компетенции и квалифицированные кадры?**

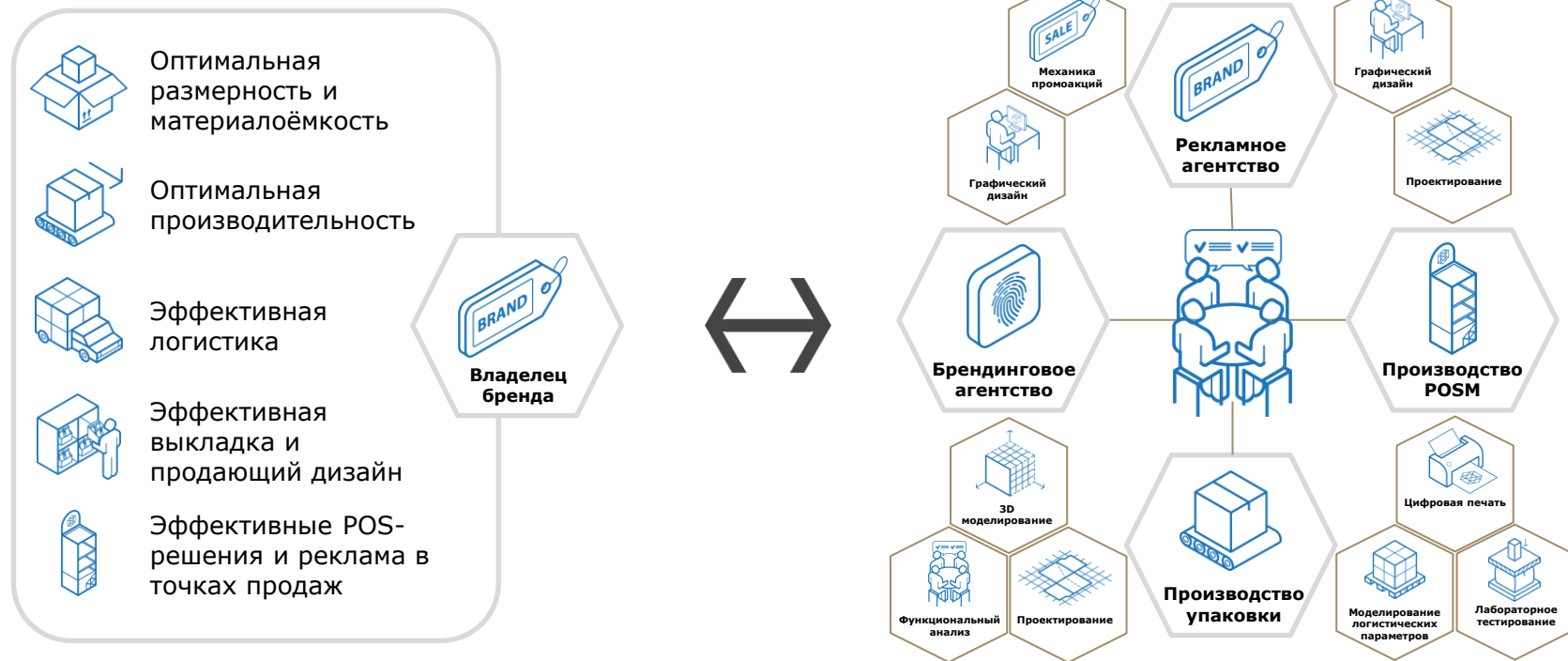
## Какая упаковка нужна сегодня потребителю

- **Сбалансированная** упаковка с набором функций, улучшающих коммуникации с покупателем и **повышающих ценности бренда**;
- **Экологичная упаковка** – новый стандарт ответственного поведения производителей;
- **Инновационная и «умная» упаковка** с цифровыми элементами, улучшающими коммуникативные функции товара;
- **Упаковка под E-commerce** – опыт приятной покупки и распаковывания.



Трансформация потребительского поведения и каналов продаж, импортозамещение и отложенный спрос – драйверы изменений в упаковочной индустрии

# С кем владельцам брендов решать вопрос операционной эффективности Упаковки?



## Структурные изменения у производителей упаковки

### Необходимые действия

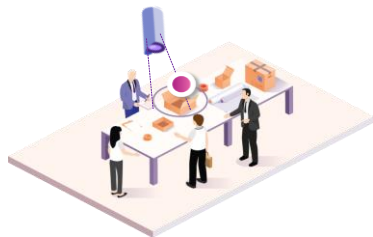
- **Коллаборация с клиентами** с целью достижения эффективности упаковочного решения на всем протяжении жизненного цикла продукта;
- **Коллаборация с поставщиками сырья и оборудования** с целью достижения операционной эффективности упаковочных процессов клиента;
- **Кардинальное переосмысление бизнес-модели** от производителя упаковки - к сервисному предприятию, обслуживающему жизненный цикл упаковки клиента;
- **Наработка компетенций** в области сервиса, инноваций, обслуживания и обеспечения их квалифицированным персоналом.

Компаниям необходимо быть гибкими и работать на опережение, соответствовать запросам рынка с учетом формирования нового облика упаковочной индустрии



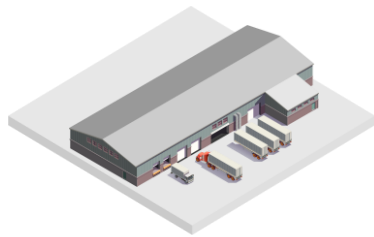


## Слагаемые создания эффективной упаковки



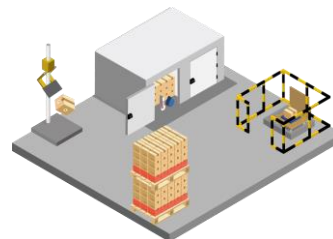
### **Онлайн-коммуникации и диагностика:**

оперативность реакции на запрос, экономия времени.



### **Межфункциональные команды и коллективные форматы работы:**

синергия от объединения инструментария и компетенций, навыки модерации команд.



### **Партнерства, коллаборации:**

сокращение количества транзакций, поиск более эффективных решений на всех этапах цепи поставок при минимальной материалоемкости и затратах ресурсов.



### **Более гибкие и технологически разнообразные производственные системы:**

эффективное воспроизведение меняющегося функционала упаковки, оперативная адаптация функций под потребности клиента и с учетом требований экономики замкнутого цикла

**Без тесного взаимодействия создание эффективной упаковки невозможно**

## На барометре «солнечно»: что будет

- **Упаковочная индустрия** РФ – была и остается **глобальным игроком**.
- **Цифровизация процессов и технологий, автоматизация** и использование **искусственного интеллекта** будут менять технологический уклад в отрасли.
- Запрос на разработку эффективного упаковочного решения создаст импульс **для инноваций** в области проектирования, производства упаковки и сопровождения упаковочных процессов у клиента.
- **Социальная ответственность и экологическая безопасность** станут неотъемлемой частью индустрии.

**Будущее принадлежит компаниям с ценностно-ориентированной культурой, в которой люди взаимодействуют конструктивно и творчески, чтобы выявлять и удовлетворять потребности клиентов с помощью непрерывных инноваций**



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

**Чуйков Владимир Александрович**

**Президент НКПак  
Председатель совета директоров  
Группы предприятий «Готэк»**

